

Dr. Tobias Frenzel – Publikationen

Monographien

Frenzel, T. (2003): Akzeptanz von Systemen der digitalen Distribution im E-Commerce der Musikwirtschaft, Berlin 2003

Sammelwerke

Wiedmann, K.-P.; Buxel, H.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2004): Konsumentenverhalten im Internet – Konzepte, Methoden, Erfahrungen, Wiesbaden 2004

Referierte Publikationen – International

Walsh, G.; Mitchell, V.-W.; Wiedmann, K.-P.; Hinck, W.; Frenzel, T. (2004): Identifying eMavens on Internet Music Sites: Evidence from Germany, *Journal of Global Business Research*, Vol. 1 (1), pp. 28-37.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2003): The Acceptance of Digital Distribution – Developing a Model in the Context of the Music Industry, in: Money, B.L. and Rose, R.L. (Eds.), *Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing, AMA 2003 Summer Educators' Conference*, Vol. 14, American Marketing Association, Chicago, pp. 324-325

Walsh, G.; Mitchell, V.-W.; Frenzel, T.; Wiedmann, K.-P. (2002): Internet-induced Changes in Consumer Procurement Behavior: A German Perspective, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 21 (5), pp. 305-317

Walsh, G.; Mitchell, V.-W.; Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Duvenhorst, C. (2002): German eMavens on Internet Music Sites, in: Kehoe, W.J. and Lindgren, J.H. (Eds.), *Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing, AMA 2002 Summer Educators' Conference*, Vol. 13, American Marketing Association, Chicago, pp. 435-436.

Referierte Publikationen – National

Walsh, G.; Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Duvenhorst, C. (2005): Die Identifizierung von eMavens auf Internet-Musik-Sites, *Marketing ZFP*, 27 Jg., Heft 1, pp. 41-54

Walsh, G.; Frenzel, T.; Wiedmann, K.-P. (2002): E-Commerce-relevante Verhaltensmuster als Herausforderung für das Marketing – dargestellt am Beispiel der Musikwirtschaft, *Marketing ZFP*, 24 Jg., Heft 3, pp. 207-223.

Wiedmann, K.-P.; Walsh, G.; Frenzel, T.; de Freitas, M. (2002): C O M – M U N I C A T I O N – Kommunikationsstrategien von Unternehmen des Electronic-Tourism im internationalen Vergleich, *Tourismus ZFP*, Heft 2, S. 153-174.

Konferenzbeiträge

Frenzel, T.; Walsh, G. (2023): Akzeptanz von digitalen Systemen des Customer Relationship Management (CRM), Conference Paper, International Marketing Trends Conference 2023, Paris, France, January 19-21
(Online available: <http://archives.marketing-trends-congress.com/2023/pages/PDF/282.pdf>)

Frenzel, T.; Fischer, L.-D. (2020): Innovation Management in Laser Research - Research project combines technological development with economic benefits - Project results BINNOPTA II - final main results -, Conference Paper, SPIE Photonics Europe, Strasbourg, France, March 29-April 2

Frenzel, T.; Fischer, L.-D. (2020): Adoptionspotenzial für LaPOF aus Perspektive der Wirtschaft - Vorstellung zentraler Forschungsergebnisse, Vortrag, POF-Symposium, Hannover, Deutschland, Januar 14-15

Frenzel, T.; Fischer, L.-D. (2019): Innovation Management in Laser Research - Research project combines technological development with economic benefits - Project results BINNOPTA I, Conference Paper, POF Conference, Tokyo, Japan, November 20-22

Frenzel, T.; Fischer, L.-D. (2019): Innovation Management in Laser Research - Research project combines technological development with economic benefits - Project concept, Conference Lecture, Photonic North, Quebec City, Canada, May 19-24

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2003): The Acceptance of Digital Distribution – Developing a Model in the Context of the Music Industry, Presented at AMA Marketing Educators' Conference, Chicago, IL, USA, American Marketing Association, August 15-18

Walsh, G.; Mitchell, V.-W.; Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Duvenhorst, C. (2002): German eMavens on Internet Music Sites. Presented at AMA Marketing Educators' Conference, San Diego, CA, USA, American Marketing Association, August 3 – 6.

Sonstige Publikationen

Frenzel, T. (2019): Erfolgspotenzial mit Hindernissen, Sales Excellence – Zeitschrift für Handelsvermittlung und Vertriebsmanagement, 9/2019, pp.48-51

Frenzel, T., Buxel, H. (2018): Verschenktes Mitarbeiterpotenzial, Sales Excellence – Zeitschrift für Handelsvermittlung und Vertriebsmanagement, 10/2018, pp. 48-51

Walsh, G.; Mitchell, V.-W.; Frenzel, T. (2004): Consumer E-Confusion on the Internet, Thesis, 4/2004, pp.17-21.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Nowak, N. (2003): Musik kaufen übers Internet - Eine Analyse deutscher und amerikanischer Download-Angebote, Der Musikmarkt, 38/2003, p. 11.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2001): Musik im Internet - Motive der Nutzung und Zahlungsbereitschaft (Teil I), Der Musikmarkt, 42/2001, pp. 10-11.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2001): Musik im Internet - Motive der Nutzung und Zahlungsbereitschaft (Teil II), Der Musikmarkt, 45/2001, pp. 6-7.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2001): Musik im Internet - Motive der Nutzung und Zahlungsbereitschaft (Teil III), Der Musikmarkt, 50/2001, pp. 18-19.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2001): Zahlungswillig - Studie zur Akzeptanz für kostenpflichtige Musik aus dem Internet, C't - magazin für computertechnik, Heft 26, p. 167.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T. (2001): Zur strategischen Bedeutung von Access-Providern als Gatekeeper internetbasierter Märkte, Competence Site, online

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Buxel, H. (2000): Strategisches eCommerce Marketing, in: Eggers, B./Hoppen, G. (Hrsg.): Strategisches eCommerce Management, Wiesbaden 2000

Arbeitspapiere

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Nowak, N. (2003): Digitales Musikshopping in Deutschland und den USA – Stand der Dinge und kritische Analyse von Geschäftsmodellen der digitalen Distribution im E-Commerce der Musikindustrie, Schriftenreihe Marketing, Hannover

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G.; Duvenhorst, C. (2003): Gestern geklaut, heute gekauft? – Eine Untersuchung zum Paradigmenwechsel unter Musikkonsumenten, Schriftenreihe Marketing, Hannover

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T.; Walsh, G. (2001): Internet induzierte Veränderungen des Musikbeschaffungsverhalten als Herausforderung für das Marketing, Schriftenreihe Marketing, Hannover.

Wiedmann, K.-P.; Frenzel, T. (2001): Internet-Märkte – Grundlegende Strukturen und Prozesse internetbasierter Märkte, Schriftenreihe Marketing, Hannover